

# YLAI Pitch Perfect: Pour un Pitch Parfait

## Video Transcripts - Français

### Vidéo 1 - Présentez Votre Entreprise

[Pour un Pitch Parfait]

[Écrit et présenté par 3 Day Startup]

[Présentez Votre Entreprise]

Bonjour, je suis Nick Chagin, et avec 3 Day Startup, nous sommes spécialisés dans la formation intensive et pratique d'étudiants de campus du monde entier aux méthodes d'entrepreneuriat.

Bienvenue dans le module "Pour un Pitch Parfait." Dans cette série de 5 vidéos, nous aborderons les éléments importants dans la réalisation d'un pitch, et nous verrons comment ils pourront vous aider à gagner en professionnalisme, en assurance et en force de persuasion.

Commençons par une question : quel est le point commun entre demander une augmentation, faire un discours de campagne, et attirer des talents dans votre entreprise ? Ce sont tous des exemples de pitch.

On peut définir un pitch comme une suite de mots destinée à montrer une valeur et atteindre un objectif de suivi.

Lors d'une demande d'augmentation, vous devez montrer que vous avez travaillé dur et que vous méritez une récompense.

Dans son discours de campagne, un candidat va montrer comment il va faire pour améliorer le quotidien d'une communauté, et gagner des voix.

Afin de donner envie à de nouveaux talents de rejoindre votre société, vous devez montrer l'impact de votre entreprise.

Dans votre vie d'entrepreneur, vous aurez besoin de faire des pitches des milliers de fois. Développer son pitch équivaut à développer son produit ou son service. Vous devrez le présenter à un public, avoir des retours, le peaufiner et le présenter à nouveau.

Le pitch fonctionne de la même façon. En le présentant constamment à un public, vous allez perfectionner votre pitch.

C'est grâce à votre esprit d'entrepreneur que vous saurez adapter votre pitch. Les entrepreneurs doivent saisir les occasions qui leur permettront de partager leurs idées. Ils doivent avoir une souplesse d'esprit et une aptitude à recevoir des commentaires lorsqu'ils présentent leurs projets. Ils doivent aussi s'entourer de soutiens qui les aideront à se développer durant leur parcours de création d'entreprise.



FIND YOUR VOICE

YLA Network

#YLAIPitchPerfect  
[ylai.state.gov/entrepreneurship](http://ylai.state.gov/entrepreneurship)

Voyons tout de suite ce qu'est un pitch, et apprenons à distinguer un pitch formel d'un pitch d'ascenseur.

Trouvez votre voix sur [ylai.state.gov](http://ylai.state.gov) et passez à l'étape supérieure.

[Produit par le Département d'État Américain]



## Vidéo 2 - Qu'est-ce qu'un Pitch?

[Pour un Pitch Parfait]

[Écrit et présenté par 3 Day Startup]

[Qu'est-ce qu'un Pitch ?]

Si vous rencontriez un vieil ami dans un ascenseur et qu'il vous demandait ce que vous faites, que lui diriez-vous avant d'arriver à votre étage ? Auriez-vous le temps de lui présenter en détails votre plan d'affaires, votre analyse concurrentielle, votre projet de levée de fonds ou un résumé en 30 à 60 secondes de votre projet, couramment appelé le pitch d'ascenseur ?

Croyez-moi, il vaut mieux lui faire un pitch d'ascenseur.

Nous allons voir comment distinguer un pitch d'ascenseur d'un pitch formel, et les points essentiels de chacun.

Un pitch d'ascenseur est le résumé en 30 à 60 secondes d'un projet, présenté dans un cadre informel: un cocktail, un événement de réseautage, ou une rencontre fortuite dans la rue.

Le but ici n'est pas de gagner un investisseur, de vendre un produit, ou de convaincre un talent de rejoindre votre équipe. Un pitch d'ascenseur doit éveiller l'intérêt chez votre interlocuteur. Assez d'intérêt pour provoquer une discussion, une rencontre, la mise en contact avec un décideur potentiel, ou juste le partage de quelques conseils par téléphone.

Il n'existe pas d'approche universelle du pitch d'ascenseur, alors voici quelques règles à suivre pour préparer son pitch d'ascenseur.

Tout d'abord, soyez bref et clair. Je vous le rappelle, résumez votre idée en 30 à 60 secondes. Au moment de présenter votre produit, n'allez pas trop dans les détails.

L'autre règle est : allez à l'essentiel et évoquez le problème, votre façon de le résoudre, et le marché que vous visez.

Pour finir, soyez très attentif aux retours. Afin d'optimiser votre pitch d'ascenseur, demandez à votre prochain auditeur ses retours sur votre pitch.

Vous en savez maintenant plus sur le pitch informel, ou d'ascenseur. Découvrons à présent le pitch formel. Quand vous présentez votre projet dans un cadre formel, par exemple devant un investisseur, lors d'un demo-day d'accélérateur, ou devant un mentor, vous allez présenter de manière plus complexe votre entreprise. Vous pourrez évoquer votre modèle de revenus et vos projections financières, votre stratégie de développement et votre fond disponible à long terme, votre analyse concurrentielle et votre proposition de valeur unique. Préparez-vous aussi à parler de propriété intellectuelle, peut-être même de votre plan de sortie, sans oublier votre requête. Il peut s'agir de



FIND YOUR VOICE

YLA Network

#YLAIPitchPerfect

[ylai.state.gov/entrepreneurship](http://ylai.state.gov/entrepreneurship)

demander un certain investissement, de demander à rencontrer des investisseurs, ou de demander à un mentor de rester en contact.

Nous allons voir comment créer et présenter un pitch convaincant.

Trouvez votre voix sur [ylai.state.gov](http://ylai.state.gov) et passez à l'étape supérieure.

[Produit par le Département d'État Américain]



## Vidéo 3 - L'Importance du Langage Persuasif

[Pour un Pitch Parfait]

[Écrit et présenté par 3 Day Startup]

[L'Importance du Langage Persuasif]

Chez Starbucks, vous ne commandez pas un grand café ; vous commandez un venti. Chez McDonald, vous ne commandez pas un grand hamburger ; vous commandez un Big Mac. Dans un grand restaurant, vous ne commandez pas des encornets, vous commandez du calamar.

Dans cette vidéo, nous allons voir pourquoi le langage, le vocabulaire et la confiance en soi sont essentiels à la réalisation d'un pitch convaincant.

En préparant votre pitch, pensez à la manière dont vos mots vont représenter votre image de marque.

Le vocabulaire est très important, il permet de définir la qualité, la valeur et l'importance de votre produit. C'est aussi un moyen de distinguer votre produit de la concurrence. Cela concerne particulièrement les produits de haute technologie. Vous devez parler de votre entreprise de façon à être compris par un enfant de 10 ans.

Que ce soit pour un pitch d'ascenseur ou pour un pitch formel, vous devez être sûr de vous et maîtriser votre sujet. Tenez-vous droit, parlez en utilisant votre diaphragme afin de bien faire entendre chaque mot. Vous pouvez vous entraîner en plaçant votre main près de votre nombril, et en respirant avec le ventre. Si votre main touche votre ventre, c'est que vous utilisez bien votre diaphragme. Cette technique vous aidera aussi à réguler votre débit de parole et à projeter votre voix.

Dans la prochaine étape, nous verrons comment visualiser un pitch.

Trouvez votre voix sur [ylai.state.gov](http://ylai.state.gov) et passez à l'étape supérieure.

[Produit par le Département d'État Américain]



## Vidéo 4 - Racontez votre Histoire en Images

[Pour un Pitch Parfait]

[Écrit et présenté par 3 Day Startup]

[Racontez votre Histoire en Images]

Nous avons appris ce qu'était un pitch, les différences entre un pitch d'ascenseur et un pitch formel, et comment présenter son pitch avec assurance.

Parlons maintenant des diapositives et des illustrations, et voyons comment elles peuvent rendre votre pitch plus professionnel et contribuer à transmettre l'image de marque que vous souhaitez. Voici quelques conseils de base pour réaliser votre diaporama.

Utilisez de grosses polices et des couleurs vives pour que la lecture soit confortable. Essayez de ne pas dépasser dix diapositives. Un pitch d'investisseur classique dure entre deux et quatre minutes, alors votre diaporama ne doit pas être trop long.

Passons aux illustrations. Ne présentez jamais une diapositive d'un tableau, avec une série de colonnes et de lignes. Votre public ne pourra jamais comprendre votre projet en regardant ce genre de documents.

Voici une diapositive plus structurée et avec moins de texte. C'est un peu mieux, mais le propos n'est pas encore clair. On y trouve peut-être des informations utiles sur vos télétravailleurs. Vous pourriez alors expliquer des détails importants, mais perdre l'attention du public car il serait occupé à essayer d'interpréter ces données.

Une trop grande proportion de texte rend votre diapositive moins attrayante, et votre public perd un temps précieux à essayer de comprendre votre discours.

Le diaporama est un outil qui vient seconder le discours de la personne qui présente un projet, il vaut donc mieux illustrer le propos. Un texte réduit, une statistique grande et claire, et une simple image. Grâce à cette diapositive, il est bien plus facile pour le public de comprendre le discours du présentateur et l'objectif du pitch.

Pensez à ces conseils au moment de créer votre diaporama. De manière générale, il convient de toujours penser à votre empreinte numérique, et à la façon dont votre marque est représentée sur votre site web, sur les réseaux sociaux, et dans les publicités. Cela devra apparaître clairement dans votre pitch. Vérifiez si l'ensemble est élégant, clair et professionnel. Relisez pour éviter les fautes d'orthographe. Tout ce que vous faites renvoie un message, alors pensez bien à la manière dont votre marque est perçue.

Nous allons voir ensuite comment adapter votre pitch à votre public.

Trouvez votre voix sur [ylai.state.gov](http://ylai.state.gov) et passez à l'étape supérieure.

[Produit par le Département d'État Américain]



## Vidéo 5 - Comprendre Votre Public

[Pour un Pitch Parfait]

[Écrit et présenté par 3 Day Startup]

[Comprendre Votre Public]

Durant son parcours professionnel, un entrepreneur peut être amené à présenter son pitch devant des publics très variés. Que vous fassiez un pitch à un investisseur, à un client, à vos employés ou à des recrues potentielles, il est fondamental d'avoir un pitch adapté à son auditoire.

Dans cette vidéo, nous allons apprendre à créer un pitch pour le bon auditoire.

Un investisseur pensera toujours aux bénéfices à tirer. Lorsque vous vous adressez à eux, sachez qu'ils voudront savoir comment ils auront un grand retour sur investissement en investissant dans votre entreprise. Il faudra donc bien mettre l'accent sur l'opportunité de marché, sur vos projections financières, et sur votre avantage concurrentiel.

Sachez aussi que la majorité des investisseurs donnent à un entrepreneur car ils croient en lui, alors il faudra leur montrer à quel point vous voulez résoudre ce problème par la création de votre produit ou de votre service.

Soyez dynamique, montrez comment vous allez rendre ce projet très lucratif, et qu'il pourront avoir une sortie. Le pitch face à un client est différent. Les clients recherchent une façon efficace de résoudre un problème auquel ils sont confrontés. Ils cherchent moins à savoir comment se faire des bénéfices à long terme. Ils cherchent des bénéfices immédiats. Montrez-leur que vous avez une solution fiable et sûre à leur problème, et qu'ils peuvent vous faire confiance.

Dernier cas de figure, le pitch auprès d'une employé ou d'un candidat. C'est un peu la combinaison des deux modèles déjà vus. De nos jours, de plus en plus d'employés veulent sentir l'impact de leur travail dès leur entrée dans une entreprise. Ils veulent connaître la vision à long terme de l'entreprise, et savoir comment leur travail va aider les autres. Les employés ou les futures recrues s'intéressent moins aux projections financières, aux analyses de marché ou à la concurrence. Ils veulent savoir comment trouver leur place dans votre société, et si leurs valeurs et leurs objectifs rejoignent ceux de votre entreprise. Plus votre pitch sera réussi, plus vous aurez de chances d'attirer les meilleurs collaborateurs.

Il faut donc bien connaître son auditoire avant de lui faire un pitch.

Trouvez votre voix sur [ylai.state.gov](http://ylai.state.gov) et passez à l'étape supérieure.

[Produit par le Département d'État Américain]

